

Al llarg dels trenta anys de democràcia, les administracions municipals han utilitzat diverses vies per informar sobre la gestió de l'equip de govern. En aquest sentit, el butlletí municipal s'ha convertit en l'instrument de referència. S'estima que gairebé la meitat dels municipis editen publicacions que, en termes quantitatius, es tradueix en una tirada d'1,5 milions d'exemplars al mes.

Malgrat aquestes dades, factors com la manca de recursos municipals, la crisi o el partidisme, en dificulten l'evolució.

Butlletins locals: informació o propaganda?

Francesc Ponsa
Fotos: Vicente Pruna

Les revistes o butlletins municipals tenen per objecte informar de manera professional sobre com l'equip de govern administra el pressupost corporatiu i com n'executa el programa electoral. Així, doncs, esdevenen una eina molt important de difusió de la tasca de govern entre els ciutadans. L'any 1979, amb la constitució dels primers consistoris després de la dictadura franquista, va aflorar la necessitat d'informar, tal com ho recull un lema d'aquells temps: "Entra amb nosaltres a l'ajuntament".

De primer, els ajuntaments van crear gabinets de premsa per subministrar notícies als periodistes i organitzar rodes de premsa. Va ser en aquesta etapa quan es van començar a editar butlletins i revistes per informar puntualment totes les famílies sobre l'actualitat municipal. Es considera que el primer butlletí de l'Estat espanyol va ser el de Santa Coloma de Gramenet, que va veure la llum el 15 de juny del 1979. Inicialment, era una publicació setmanal de quatre pàgines que informava de la gestió municipal i recollia una àmplia agenda d'activitats ciutadanes. Ara, amb més de 1.190 números editats, comparteix protagonisme informatiu amb la pàgina web del consistori, el butlletí electrònic, les xarxes socials i els SMS d'informació municipal. Més tard, a partir de 1980, els ajuntaments es van adonar que els mitjans de

comunicació de masses només es feien ressò de la informació local quan aquesta prenia un caire extraordinari. Aquesta realitat, juntament amb el convenciment dels ens locals que era necessari contribuir a la creació d'un espai comunicatiu local que afavorís la participació ciutadana i consolidés la democràcia, va propiciar també la posada en marxa de les emissores de ràdio local i, posteriorment, de les televisions.

No obstant això, l'estructura municipal de Catalunya —on gairebé un 85% dels municipis tenen menys de 5.000 habitants— i el pressupost ordinari dels governs locals no afavoreixen l'extensió d'aquests mitjans a tots els municipis. En canvi, l'elaboració d'un butlletí és més factible per a les corporacions. Segons el cens dels mitjans públics catalans de comunicació local elaborat pel Laboratori de Comunicació Pública (LCP) de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), l'any 2006, un 49% dels consistoris disposen d'un butlletí o una revista que informa de la gestió municipal a la ciutadania. Aquests es concentren en zones poblades, en especial de l'àrea metropolitana. L'any vinent, just abans de les eleccions municipals del maig, l'LCP actualitzarà el cens. Una de les responsables, Marta Corcoy, anticipa que el percentatge no variarà gaire, sinó que, més aviat, el que canviarà és la periodicitat: "La crisi econòmica ha re-



El butlletí de Santa Coloma de Gramenet fa més de trenta anys que informa de les activitats desenvolupades des del consistori.

duït la periodicitat de molts butlletins i això agreuja el problema de la manca de periodisme. Si un butlletí no és mensual o bimensual cau en el perill de convertir-se en propaganda”.

PERIODISTES I GOVERN

Actualment, els responsables de la comunicació municipal no es limiten únicament a les relacions informatives sinó que, a més, elaboren plans de comunicació estratègica, derivats de l'acció de govern amb l'objectiu de difondre la gestió municipal i l'activitat diària dels governs locals. Aquesta missió estratègica ha comportat que l'ombra de la propaganda i del partidisme planegi sobre la tasca dels gabinets de comunicació local. Això, en part, també ho genera el fet que es canviïn les estructures

informatives i els recursos humans cada cop que es produeix un relleu a l'alcaldia. Aquesta pràctica habitual no ajuda a consolidar les publicacions ni a enfortir les institucions. En aquest sentit, Jordi Navarro, president de l'Associació de Comunicació Pública, reconeix que

El primer butlletí de l'Estat, el de Santa Coloma de Gramenet, va veure la llum el 15 de juny del 1979

“molts equips de govern utilitzen el butlletí per fer propaganda política i això va en contra de la seva principal virtut: la credibilitat”. I passa, en part, perquè “alguns alcaldes es creuen que els mitjans municipals són seus (“Els pago jo!”) i si es pensa això, anem malament”,

apunta Navarro.

En aquest mateix sentit, Corcoy assenyalava que, durant els anys noranta, l'afany d'informar dels primers governs locals va baixar el llistó de la professionalitat perquè “els periodistes depenen massa de les estructures administratives dels ajuntaments”. Corcoy, que ha exercit de cap de premsa dels ajuntaments de Santa Coloma de Gramenet i de Santa Perpètua de Mogoda i de coordinadora dels butlletins municipals de Santa Cristina d'Aro, Polinyà i Masquefa, considera que els periodistes de les corporacions locals estan massa ben pagats i això comporta que “no s'enfrontin amb l'alcalde per fer valer els criteris periodístics”. De la mateixa manera, la condició de càrrecs de con-



En primer pla, diferents edicions del butlletí municipal de Montcada i Reixach.

fiança de molts caps de premsa d'ajuntament suposa que la seva capacitat d'influència sigui limitada.

No obstant això, el president de l'Associació de Comunicació Pública afirma que els ajuntaments cada vegada comuniquen millor: "Des del punt de vista professional, els periodistes que hi treballen estan millor preparats que els d'altres gabinets de comunicació públics o privats". Així ho demostra la mitjana d'un 71,4% de transparència dels ajuntaments espanyols en l'àmbit d'informació sobre la cooperació municipal que es desprèn dels resultats del 2009 de l'Índex de Transparència dels Ajuntaments (ITA) que realitza l'organització Transparència Internacional als 110 ajuntaments més grans. Sense anar més lluny, diversos ajuntaments catalans

superen àmpliament la mitjana general com Barcelona, Sant Cugat i Rubí amb un 94,1%; o Terrassa, Manresa, Girona i Sant Boi amb un 88,2%.

La situació comunicativa als ajuntaments petits és diferent perquè no poden permetre's el luxe de tenir un pe-

Segons el cens dels mitjans públics catalans de comunicació local, un 49% dels consistoris tenen butlletí o revista

riodista en nòmina i, finalment, qui acaba desenvolupant les tasques periodístiques és un tècnic d'un àmbit diferent o el mateix regidor de comunicació. En canvi, els ajuntaments mitjans han anat professionalitzant les seves estructures comunicatives i han assumit la co-

municació com una responsabilitat de govern. La Mònica Fulquet és la cap de premsa de l'Ajuntament de Martorell. Abans de fer el salt a la comunicació pública local, Fulquet treballava com a cap d'Informatius a RAC1. En aquest sentit, la periodista destaca que la feina al capdavant d'un gabinet de comunicació municipal possibilita que qualsevol fet comunicatiu tingui un impacte molt directe sobre els ciutadans: "El contacte proper amb la gent et permet mesurar amb claredat si els missatges arriben i quin impacte tenen. Al marge d'això, la possibilitat de planificar tant les campanyes de difusió com qualsevol comunicació, per petita que sigui, suposa un canvi de mentalitat important en relació amb la tasca periodística dels mitjans,

on mana l'actualitat i la necessitat de posar al dia els continguts permanentment", assegura Fulquet.

BONES PRÀCTIQUES

El Laboratori de Comunicació Pública (LCP) de la UAB ha identificat uns dèficits que es reproduïen a moltes cap-

La crisi ha reduït la periodicitat de molts butlletins, fet que agreuja el perill de convertir-se en propaganda

çaleres d'ajuntaments. Alguns són la tendència a no informar dels temes que presenten algun tipus de complicació –o no informar quan toca–, la manca d'aprofundiment en les informacions tècniques i les relatives a l'aprovació i l'execució dels pressupostos i el poc seguiment que es fa de les notícies des que

Algunes propostes de bones pràctiques són el foment de gèneres periodístics o la promoció del debat polític

es produeixen fins que es dona per finalitzada l'activitat que l'ha propiciat. D'acord amb això, els butlletins utilitzen un llenguatge massa administratiu i s'acostuma a obviar els criteris d'economia de llenguatge, fet que implica que, per exemple, el nom del municipi aparegui a la majoria de titulars.

Les eines 2.0 possibiliten un nou model d'administració pública basada en la proximitat i la bidireccionalitat

Un altre escull important és el paper dels alcaldes en la confecció dels butlletins. Tradicionalment, han actuat de manera presidencialista i això també té repercussions en les publicacions locals en què habitualment signen l'editorial i monopolitzen l'aparició a les fotografies

en detriment dels regidors i socis de govern. Per superar aquestes deficiències és important determinar les polítiques de comunicació que necessita cada municipi en funció de les característiques particulars i elaborar els corresponents plans de comunicació per definir les funcions i els objectius dels mitjans de comunicació municipals. En aquest context, l'LCP proposa una sèrie de bones pràctiques destinades al butlletins municipals, com el foment de diversos gèneres periodístics, obrir el ventall d'opinió a persones alienes als grups polítics amb representació, l'elaboració de cròniques dels plens per part de periodistes locals externs, la promoció del debat polític, el plantejament d'una pregunta comuna a tots els grups polítics municipals dins l'apartat dels partits polítics o el coneixement de la identitat local.

El Prat del Llobregat és un bon model d'integració dels diversos mitjans municipals en una redacció única. Això permet que els mitjans interactuïn entre si i que, per exemple, el butlletí remeti a la pàgina web o viceversa. Un altre bon exemple és el portal *Cugat.cat* impulsat per l'ajuntament de Sant Cugat del Vallès i que va ser pioner en l'àmbit de les noves tecnologies.



Exemplars de butlletins de Canet i Cervera

Decàleg de bones pràctiques

A la llum de la definició de les funcions de les publicacions municipals que estableix la Llei de Règim Local, el Laboratori de comunicació pública de la UAB va elaborar el següent decàleg de bones pràctiques destinat als mitjans públics locals:

- 1- Han d'actuar com a elements cohesionadors del municipi.
- 2- Han d'informar d'una manera veraç, plural i transparent.
- 3- Han de ser un referent informatiu per a la ciutadania.
- 4- Han de fomentar el debat públic per a la participació democràtica.
- 5- Han de promoure les activitats de la societat civil i l'associacionisme.
- 6- Han d'evitar el partidisme i la manca de professionalitat
- 7- Han de despertar l'interès de la ciutadania.
- 8- Han d'estar dotats dels recursos humans i tècnics necessaris.
- 9- Han de funcionar a través d'òrgans de gestió participatius.
- 10- S'han de gestionar ajustant-se a les possibilitats econòmiques de cada municipi.

Crítiques d'intrusisme

Un estudi de la Fundació Espai Català de Cultura i Comunicació (ESCACC) del 2009 que analitza l'impacte de les publicacions municipals en el sector privat de la premsa local i comarcal posa de manifest la necessitat d'establir un acord polític que anul·li l'explotació del mercat publicitari per a publicacions locals públiques. Segons l'estudi, a vuit comarques de Catalunya (Baix Empordà, Baix Llobregat, Garraf, Maresme, Segarra, Tarragonès, Vallès Occidental i Vallès Oriental) es produeix una situació de competència deslleial entre mitjans impresos públics i privats, perquè els primers lamenen el mercat publicitari. L'informe localitza fins a vint-i-set publicacions públiques que exploren la publicitat. L'explicació que donen els editors privats –i que l'estudi constata– és que si un agent públic opera en el mateix mercat, els costa més de trobar publicitat. En un context de crisi, la situació esdevé encara més preocupant. Un altre aspecte que es destaca és el de garantir que les publicacions de corporacions públiques locals estiguin convenientment identificades com a tals. En els darrers anys, els butlletins municipals han adoptat un format més similar als dels diaris i se'n desdibuixa el caràcter institucional. Per aquest motiu, l'estudi conclou que seria convenient regular el format d'aquestes publicacions, ja que es detecten alguns casos en els quals s'intenta fer passar per premsa allò que no deixa de ser comunicació institucional.



Catalunya lidera el nombre d'experiències de comunicació local a l'estat espanyol.

DE L'AGUTZIL AL TWITTER

Històricament, la comunicació municipal requeria sobre la figura de l'agutzil. Sota el crit d'"Es fa saber..." informava els veïns de les novetats que els afectaven directament. Amb l'aparició de la impremta, el pregoner va perdre protagonisme en benefici dels cartells i els bans. En aquests moments, ens trobem en una època de canvi impulsada per les noves tecnologies.

La cursa política de Barack Obama a la presidència dels Estats Units va marcar un punt d'inflexió en la manera d'arribar a la ciutadania per part dels polítics. El gran potencial que ofereix Internet

Darrerament, els butlletins han adoptat un format més similar als diaris i això en desdibuixa el caràcter institucional

va quedar demostrat a través de l'ús de recursos menys institucionals. Aquest fenomen, lligat a la crisi econòmica, ha empès molts ajuntaments a explorar altres vies de comunicació més barates, com les xarxes socials. Les eines 2.0 poden possibilitar un nou model d'ad-

ministració pública que es basa en la proximitat i la bidireccionalitat. Segons Jordi Navarro, en el futur la tendència serà la de digitalitzar tota la informació, però encara queda molt camí a recórrer: "En alguns casos s'ha substituït el butlletí en paper per l'edició en digital i això és un error perquè no tots els ciutadans tenen accés a Internet". Pel que fa a això, Corcoy és taxativa: "Al paper encara li queden dues legislatures".

Catalunya ha estat un exemple de com la iniciativa institucional pot millorar la relació de l'administració amb la ciutadania a través de la comunicació. A cap lloc de l'Estat espanyol es poden trobar tantes experiències de comunicació local. Els municipis catalans han intentat sempre aprofundir en la millora de la comunicació i en l'apropament a la ciutadania aportant-hi experiències significatives. Amb tot, els governs locals tenen l'oportunitat de seguir millorant la comunicació a través d'una explotació correcta i eficient de les noves tecnologies i de l'aplicació de criteris periodístics al conjunt dels seus productes informatius.